

### **BAB III**

## **SETTING PENELITIAN (DESKRIPSI WILAYAH & OBJEK PENELITIAN)**

### **1. Gambaran Umum Kota Malang**

Kota Malang merupakan sebuah kota yang termasuk ke dalam lingkup pemerintahan propinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota Malang berjarak kurang lebih 90 km dari ibu kota propinsi Jawa Timur yaitu Kota Surabaya dan merupakan kota terbesar ke dua setelah kota Surabaya, dan juga merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia berdasarkan angka pertumbuhan jumlah penduduknya.

Kota Malang disebut juga sebagai Kota pendidikan, dimana di kota Malang terdapat banyak perguruan tinggi baik negeri maupun swasta yang memiliki kualitas pendidikan yang baik. Sebagai salah satu kota yang menjadi pilihan utama untuk menempuh pendidikan strata, tidak heran bahwa persaingan untuk masuk ke universitas yang ada di Malang sangat ketat. Terdapat banyak universitas yang berkualitas di Kota Malang seperti Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang , Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Islam Malang, Politeknik Negeri Malang, dll. Selain itu, kota Malang juga terkenal dengan kota Apel, karena budidaya buah apel yang melimpah yang kemudian menjadi ciri khas dari Kota Malang.

## 2. Pertumbuhan Fans K-pop di Malang

Indonesia sendiri memiliki basic penggemar K-pop yang cukup banyak dari berbagai boyband dan girband tidak terkecuali EXO dan BTS. Di Indonesia BTS menempati urutan ketiga dengan jumlah penggemar terbanyak di seluruh dunia setelah Korea Selatan dengan jumlah 495.000 penggemar dan Filipina yaitu sebanyak kurang lebih 21% penggemar BTS dimana hal ini 21% penggemar BTS di seluruh dunia ada di negara Filipina. Di sisi lain EXO juga memiliki *basic* penggemar yang juga fantastis, pada tahun 2017 tercatat bahwa penggemar EXO di seluruh dunia akan menembus jumlah 4 juta pada *fansclub* resmi, tentunya jumlah penggemar baik resmi ataupun tidak resmi yang tidak tergabung dalam *fansclub* akan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun seiring dengan meningkatnya popularitas EXO.

Perkembangan K-pop yang saat ini menjadi fokus utama di seluruh dunia khususnya di Indonesia membuat jumlah penggemar K-pop dari hari ke hari juga mengalami peningkatan. Kota Malang merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah penggemar K-pop yang banyak setelah Jabodetabek. Tidak di pungkiri lagi beberapa tahun terakhir K-pop mampu berkembang pesat dan menghimpun penggemar dengan jumlah yang banyak di Kota Malang. Berbagai Komunitas penggemar K-pop mulai banyak bermunculan. Komunitas – komunitas tersebut terbentuk berdasarkan *fandom* mereka masing – masing seperti ARMY penggemar dari BTS, EXO-L penggemar dari EXO, *ICONIC* penggemar dari boyband IKON, *Shawol* penggemar dari *Shinee*, *ELF* penggemar dari *SuperJunior*, *Blink* penggemar dari Blacpink, *Buddy* penggemar dari G-friend, *Carat* penggemar dari *Seventeen* dll.

Penggemar EXO dan BTS mempunyai cara masing – masing untuk menunjukkan dukungan dan kekaguman terhadap idolanya misalnya saja dengan mengoleksi album , mengoleksi merchindes, mendengarkan lagu – lagunya, *vote* di acara penghargaan, memberikan hadiah dll. Tentunya dengan adanya penggemar yang memiliki pandangan yang sama dan kesukaan yang sama merupakan wadah untuk saling berkomunikasi dan menjalin ke eratan dalam mendukung idola yang sama.

Fenomena *hallyu wave* di Kota Malang terbilang sangat eksis, tidak hanya bermunculannya komunitas – komunitas penggemar K-pop saja, banyak kegiatan yang juga dilakukan yang berhubungan K-pop baik yang dilakukan oleh penggemar yang tergabung dalam komunitas maupun yang tidak tergabung atau juga dalam beberapa event. Seperti misalnya *dance cover*, lomba menyanyi, *gathering*, bakti sosial, perayaan acara ulang tahun, bazar dsb.

Bermunculannya banyak *cafe – cafe* di kota Malang juga merupakan sarana identifikasi fenomena *hallyu wave*, di mana kebanyakan penggemar berkumpul dan meluangkan waktu mereka untuk sekedar bersantai sembari *sharing* dan berkumpul membahas *fandom* dan idolanya. Tidak hanya itu kebanyakan *event – event* komunitas juga di lakukan di *cafe* seperti lomba *dance cover*, *sing cover*, *Meet up* , bazar dsb.

## **2.1 Fase Awal**

Fase awal meledaknya demam K-Pop di Malang terjadi karena akses informasi yang sangat baik dan cepat sehingga memudahkan setiap informasi untuk tersampaikan dengan luas ke seluruh penjuru dunia termasuk di

Indonesia dan lebih khusus lagi di kota Malang. Kota Malang juga merupakan salah satu kota yang memiliki kemajuan dan keingintahuan masyarakatnya akan informasi yang sangat baik sehingga tidak heran apabila kota Malang juga mudah untuk dimasuki informasi seputar negara Korea Selatan atau gelombang *hallyu* yang akhir – akhir ini cukup menyedot perhatian dunia.

Ketertarikan generasi muda akan K-Pop di kota Malang memang sangat pesat. Hal tersebut di buktikan dengan banyaknya festival yang bertemakan K-Pop yang turut di hadiri oleh banyak anak – anak muda. Apresiasi akan eksistensinya K-Pop di Kota Malang juga dibuktikan dengan banyaknya toko – toko yang menjual berbagai barang serba – serbi K-Pop di kota Malang tentunya turut memberikan fasilitas bagi penggemar untuk lebih menguatkan eksistensi K-Pop di kota Malang. Bukan hanya itu kini juga semakin banyak komunitas – komunitas yang tercipta dari menggemari K-Pop, baik penggemar di bidang *hallyu wave*, makanan korea, *make up* korea, tradisi korea atau juga menggemari idol grup dari negeri ginseng tersebut.

Jalanan pertemanan juga mampu membuat eksistensi K-Pop semakin luas di kota Malang. Hal tersebut di karenakan biasanya teman mampu mempengaruhi sedikit banyak seseorang untuk mampu menyukai hal yang sama. Pada beberapa fenomena banyak sekali penggemar K-Pop yang menjadi *K-Popers* karena pengaruh dari teman – temannya. Ketika temannya menyukai K-Pop maka baik secara sengaja ataupun secara tidak sengaja maka teman tersebut akan mengenalkan dan sering membicarakan K-Pop pada temannya, sehingga perlahan – lahanakan menimbulkan rasa penasaran untuk

mengetahui apa yang sedang dibicarakan oleh temannya ini sehingga kemudian seseorang mulai ingin mencari tahu.

Pada fase ini media massa memegang peran penting dalam eksistensi K-Pop, karena kecanggihan teknologi dan mudahnya informasi untuk di akses, sehingga *serching*, *googling*, dan sebagainya sangat mudah untuk mendapatkan informasi yang di inginkan. Informasi di internet pun juga sangat lengkap dan lebih luas sehingga tidak menyulitkan untuk menggali informasi apapun.

## **2.2 Fase Tengah**

Pada fase ini yaitu mulai munculnya ketertarikan mengenai K-Pop dan berusaha untuk mencari tahu lebih banyak informasi mengenai K-Pop. Ketika telah banyak mengetahui kemudian muncul rasa penasaran untuk lebih tau lagi mengenai K-Pop dengan mencari tahu idol grup apa saja yang telah dibicara oleh teman – temannya tadi yang terjadi pada fase awal. Kemudian subjek mulai timbul ketertarikan untuk mendengarkan lagu – lagu K-Pop dan mencari tahu arti lirik lagu tersebut melalui internet. Banyak informasi yang di dapat melalui media massa melalui media sosial yang mana mampu mempengaruhi seseorang untuk menyukai dan tenggelam dalam budaya *hallyu* terutama K-Pop.

Kemudian karena informasi yang diperoleh dari internet terkadang tidak langsung memaparkan segala informasi yang ingin diketahui semuanya oleh subyek, maka subyek akan bertanya kepada teman – temannya yang menyukai K-Pop dan meminta untuk dijelaskan bagaimana idol grup yang disukai

temannya dan yang mulai menarik perhatian subyek, sehingga dari rasa penasaran tersebut kemudian menimbulkan keingintahuan dan ketertarikan yang lebih besar sehingga tanpa disadari subyek mulai menyukai K-Pop.

Biasanya hal mendasar yang membuat seseorang menjadi penggemar K-Pop adalah paras yang rupawan, lagu yang enak di dengarkan dan juga kisah inspiratif dari idol grup tersebut. Namun dalam ruang lingkup hiperrealitas, faktor – faktor tersebut justru merupakan faktor pendukung dimana agar K-Pop mampu diterima baik oleh masyarakat, yaitu dengan menampilkan sisi yang meninggalkan kesan baik bagi penggemar.

### **2.3 Fase Akhir**

Pada fase ini K-Pop telah menjadi gaya hidup bagi generasi muda atau juga bagi penggemar K-Pop. Apa yang ditampilkan oleh idolanya telah menjadi kebiasaan sehari – hari yang diaplikasikan dalam kehidupan seorang penggemar. Misalnya saja dalam hal *make up*, Gaya *make up* negara Korea Selatan kini sedang menjadi *trend center* di berbagai kalangan tidak terkecuali bagi anak – anak muda di kota Malang yang banyak menirukan cara *make up* Korea yang dinilai natural dan glowing. Bukan hanya itu dalam segi fashion pun banyak sekali fashion dari Korea yang menjadi kiblat fashion bagi anak – anak muda di kota Malang, karena *fashion* yang unik dan trendi sehingga banyak sekali peminat *fashion* Korea.

Bukan hanya dari *fashion*, makanan Korea pun kini juga menjadi gaya hidup bagi penggemar K-Pop ataupun juga non penggemar. Maraknya *mukbang* makanan Korea yang sangat menggiurkan membuat restoran

masakan Korea di Kota Malang memiliki peminat yang sangat tinggi. Meskipun dari segi rasa ada beberapa masakan Korea yang kurang pas dengan lidah orang Indonesia, namun tidak dapat di pungkiri masakan Korea masih sangat eksis di Kota Malang.

*Hallyu wave* yang sedang *booming* di kota Malang juga mampu memberikan dampak besar bagi beberapa toko – toko yang menjual berbagai produk dari Korea dan produk khusus penggemar K-Pop. Karena tingginya minat konsumen terhadap berbagai barang – barang seputar K-Pop membuat bisnis K-Pop Shop memiliki peluang bisnis yang sangat menjanjikan. Bukan hanya itu saja banyak sekali sekarang di berbagai toko – toko di Kota Malang memutar lagu - lagu K-Pop untuk menarik minat pengunjung. Hal ini tentunya juga menunjukkan eksistensi K-Pop yang sangat kuat di Kota Malang.

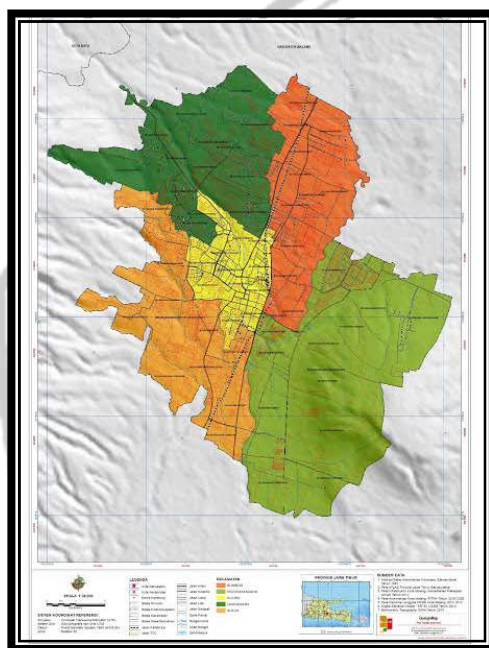
### **3. Letak Geografis dan Topologis Kota Malang**

Terletak pada ketinggian antara 440 – 667 meter di atas permukaan laut dengan luas wilayah kota Malang 252,10km<sup>2</sup> menjadikan kota Malang sebagai salah satu kota tujuan wisata di Jawa Timur karena potensi alam dan iklim yang di miliki. Secara astronomis Kota Malang terletak pada 112,06° - 112,07° bujur timur dan 7,06° - 8,02° lintang selatan yang di kelilingi oleh beberapa gunung seperti gunung Arjuno, semeru, kawi, panderman, dan gunung kelud dengan batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Singosari dan Kecamatan Karang Ploso, Kabupaten Malang

- b. Sebelah Timur : Kecamatan Pakis dan Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang
- c. Sebelah Selatan : Kecamatan Tajinan dan Kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang
- d. Sebelah Barat : Kecamatan Wagir dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang

Untuk gambaran secara umum dapat dilihat pada peta berikut :



Gambar 1. Peta administrasi Kota Malang

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Malang



Gambar 2 Peta Kota

Sumber : Badan Pusat

Apabila di cermati, wilayah Kota Malang terletak pada dataran tinggi dan perbukitan yang memiliki potensi yang besar untuk di jadikan kawasan objek wisata karena luas wilayah dan tempat yang strategis dan juga memiliki iklim yang sejuk sehingga akan menambah kenyamanan bagi wisatawan.



#### 4. Pendidikan

Kota Malang terkenal dengan sebutan Kota Pendidikan. Ada banyak Universitas Negeri dan Swasta di Kota Malang dimana menjadi salah satu pilihan wajib bagi calon mahasiswa baik di dalam lingkup Malang bahkan dari luar Malang hingga luar negeri hingga tidak di pungkiri persaingan untuk dapat memasuki beberapa Universitas favorit di Kota Malang sangatlah sulit. Jumlah mahasiswa yang kuliah di Kota Malang pun terbilang sangat banyak hingga jumlah mahasiswa dari luar Kota Malang sangat banyak melebihi penduduk asli Kota Malang.

Tidak dipungkiri bahwa K-pop sebageian besar di minati oleh generasi muda khususnya pelajar dan mahasiswa. Dengan semakin merebaknya *hallyu wave* tentunya banyak dari kalangan pelajar dan mahasiswa juga tidak sedikit yang menggandrungnya. Pelajar dan mahasiswa biasanya akan sangat bersemangat apabila menemukan rekan yang memiliki hobi yang sama hingga biasanya mereka membentuk perkumpulan, baik dalam lingkup kecil hingga pada lingkup yang besar. Mereka akan saling bertukar informasi seputar kegemarannya dan menjalin hubungan pertemanan. Tidak heran apabila banyak kegiatan di dalam kampus terdapat event – event seputar K-pop dan *Hallyu wave* yang memiliki peminat yang banyak dan selalu disambut antusias khususnya bagi penggemar *Hallyu wave* dan K-pop.

#### 5. Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan di Kota Malang yang terkenal pertama kali adalah *Mall Sarinah*, di mana Mall ini terletak di depan Alun – alun Kota Malang dan di depan

pos polisi. Kemudian seiring berkembangnya Kota Malang, kini mulai di bangun beberapa *Mall* di Kota Malang seperti *Mall Ramayana Malang*, *Ramayana Dinoyo*, *MallOlympicGarden*, *Malang TownSquare*, *Giant*, *Indogrosir*, *Gajamada Mall*, *Hypermart*, *Carefour* dll. Kota Malang kini berubah menjadi kota yang banyak didirikannya pusat perbelanjaan tentunya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Kehadiran pusat perbelanjaan di kota Malang tentunya menjadi salah satu primadona baru bagi masyarakat dimana sebelum adanya pusat perbelanjaan tersebut kebanyakan masyarakat berbenja di pasar tradisional dan toko kebutuhan pokok sederhana kini berpindah ke *mall* yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan, mulai dari kebutuhan primer , kebutuhan sekunder, dan kebutuhan lainnya dalam satu tempat sehingga memudahkan konsumen untuk membeli barang – barang yang dibutuhkan.

Banyak dibangunnya pusat – pusat perbelanjaan di Kota Malang tentunya juga memiliki manfaat lain selain untuk membeli kebutuhan yang di butuhkan masyarakat kota Malang. Kehadiran pusat perbelanjaan juga digunakan sebagai tempat untuk melakukan berbagai kegiatan yang bersifat *indoor*, misalnya seperti bazar, *meet and greet*, pameran, *fashion show* dll.

Akhir – akhir ini banyak pusat perbelanjaan yang dimanfaatkan untuk berbagai macam acara yang berhubungan dengan K-Pop mulai dari *dance cover*, *sing competition*, *meet and greet*, *exhibition*, hingga bazar yang menjual berbagai macam *merchindes* K-Pop. Tentunya *event- event* tersebut sering kali di laksanakan di pusat perbelanjaan, karena selain sebagai tempat dimana banyak anak muda berkumpul dan *hangout*, pusat perbelanjaan merupakan tempat yang

cocok karena berada di dalam ruangan dan memiliki berbagai jenis produk yang dijajakan sehingga memudahkan untuk mendapatkannya.

## **6. Tempat Publik**

Tempat publik bukan hanya berfungsi sebagai ruang hijau yang digunakan hanya sebagai keindahan saja, disisi lain ruang publik juga memiliki manfaat besar bagi perseorangan maupun kelompok masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan atau hanya sekedar untuk beristirahat dan menikmati suasana kota Malang.

Bagi penggemar K-Pop khususnya ARMY Malang dan EXO-L Malang ruang publik dimanfaatkan sebagai tempat untuk bertukar informasi dan saling menjalin silaturahmi. Selain itu banyak kegiatan seperti *sharing*, *meet up*, kegiatan amal dan donasi juga dilaksanakan di ruang publik

Ruang publik yang sering digunakan oleh penggemar K-Pop ini antara lain *car free day*, Alun-alun kota, dan Taman Kota. Bukan hanya sebagai sarana untuk menjalin silaturahmi saja, ruang publik juga digunakan penggemar sebagai sarana untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa penggemar K-Pop juga mampu memberikan dan melakukan hal yang positif sehingga penggemar K-Pop atau *K-Popers* tidak dipandang sebelah mata.